

ABSTRACT

As the arts of self-defense, pencak silat is usually associated with violence and conflict caused by different perspectives among pencak silat groups. A recent study indicated a positive relationship between image and public participation, consequently strategies and communication tactics are required to form an organizational image so that more publics and audiences will contribute in Pencak Silat preservation. Therefore, Garis Paksi as the independent organization that focuses on Pencak Silat preservation and development was established in order to prevent pencak silat from dying in its homeland and this organization needs a positive image on publics' perception.

This research was developed by using qualitative methodology and employed case study approach. Three key informants were involved in the in-depth interviews and the results were triangulated through secondary documents.

The investigation showed that the organization employed PR activities to create organizational images such as community relations and direct communication. The activities were communicated through organizational media such as website and social media. The research supported the advocacy that strategic management is very essential for organizations to conduct strategic communication so the organizational images can be communicated and perceived as organization wishes.

Keywords: communication, PR, organizational communication, pencak silat, organizational image

ABSTRAK

Sebagai organisasi pencak silat, Garis Paksi tentu dekat dengan bayang-bayang konflik kekerasan. Hal ini tentu menjadi kekhawatiran publik sarannya yang melihat sejarah konflik kekerasan dua perguruan pencak silat yang ramai diwartakan di media nasional. Apalagi, sebuah studi menunjukkan adanya hubungan positif antara citra dengan partisipasi publik. Oleh karena pentingnya citra organisasi, maka dibutuhkan strategi dan taktik komunikasi untuk membentuk citra organisasi yang diharapkan dapat menarik lebih banyak audiens untuk berpartisipasi dalam misi Garis Paksi.

Penelitian ini dikembangkan dengan menggunakan metode kualitatif. Tiga informan yang dipilih secara purposif diwawancara secara mendalam untuk menggali berbagai macam informasi sasaran. Data primer tersebut ditriangulasi dengan studi dokumen dan literatur yang ada.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi dan taktik yang digunakan untuk membentuk citra organisasi Garis Paksi adalah menjalin hubungan dengan komunitas dan komunikasi personal yang dipublikasikan melalui media organisasi seperti situs dan media sosial. Kedua strategi tersebut perlu dikelola dengan baik sehingga pesan tersampaikan sesuai dengan sasaran yang diinginkan organisasi. Hal ini memperkuat bahwa manajemen strategi sangat diperlukan untuk menjalankan komunikasi strategi sehingga citra organisasi yang diinginkan dapat tercapai.

Kata Kunci: Komunikasi, PR, Komunikasi Organisasi, pencak silat, citra, komunikasi pemasaran

